

“กรุงศรีเฟิร์สช้อยส์” คว่ำรางวัลเด่น Asia-Pacific

YouTube Ads Leaderboard จากผลงาน

“แคมเปญโฆษณาวันแม่”



นางสาวณญาณี เผือกขำ กรรมการผู้จัดการ บริษัท อยุธยา แคปปิตอล เซอร์วิสเซส จำกัด นำทีมกรุงศรีเฟิร์สช้อยส์ ตอกย้ำความสำเร็จของแบรนด์ในเวทีระดับภูมิภาค ด้วยการคว้าอันดับที่ 1 YouTube Ads Leaderboard ในประเทศไทย และอันดับที่ 6 ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก จากการจัดอันดับโดย Google & Campaign Asia-Pacific - The World's Leading Business Media Brand and Magazine ประจำเดือนสิงหาคม 2559 จากผลงาน “แคมเปญวันแม่ ผม...ก็อยากมีวันแม่” ที่ผู้บริโภคเลือกชมและแชร์มากที่สุดติด 10 อันดับแรกของ Asia-Pacific YouTube Ads Leaderboard นอกจากนี้แคมเปญวิดีโอดังกล่าว ยังติดอันดับเป็นที่ 1 ของ Top Thailand Facebook Posts - Social Media Content ในเดือนสิงหาคม 2559 โดย Socialbakers Ltd - Facebook Marketing Partner ในฐานะแคมเปญโฆษณาที่มียอดค่าปฏิสัมพันธ์สูงสุด โดยมีคนเข้ามาชมและแชร์ต่อเนื่องรวมกว่า 8 ล้านวิว

“ปัจจัยสำคัญที่ทำให้การสร้างแบรนด์ของกรุงศรีเฟิร์สช้อยส์มีความโดดเด่น และประสบความสำเร็จมาโดยตลอด ก็คือการนำเสนอมุมมองที่แตกต่างและโดนใจกลุ่มเป้าหมาย สำหรับแคมเปญวิดีโอออนไลน์ชุดนี้ (<https://youtu.be/hsocRveYPKU>) จัดทำขึ้นในช่วงวันแม่ เมื่อเดือนสิงหาคมที่ผ่านมา เพื่อถ่ายทอดให้เห็นถึงความรักระหว่างเด็กกับคนที่เลี้ยงดูและอบรมพวกเขา แม้จะไม่ใช่แม่ที่แท้จริง เพื่อเป็นการยกย่องบุคคลเหล่านี้ ซึ่งนับเป็นประเด็นใหม่ที่ยังไม่เคยมีใครพูดถึง จึงได้รับเสียงตอบรับจากผู้ชมเป็นอย่างดี” นางสาวณญาณี กล่าวเสริม